

Das Amerikabild in der deutschen Bevölkerung nach dem Zweiten Weltkrieg: eine Untersuchung auf der Basis der OMGUS- und HICOG-Berichte

Fischer, Heinz H.

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

Zur Verfügung gestellt in Kooperation mit / provided in cooperation with:

GESIS - Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Fischer, H. H. (1985). Das Amerikabild in der deutschen Bevölkerung nach dem Zweiten Weltkrieg: eine Untersuchung auf der Basis der OMGUS- und HICOG-Berichte. *ZA-Information / Zentralarchiv für Empirische Sozialforschung*, 17, 51-60. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-205592>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Das Amerikabild in der deutschen Bevölkerung nach dem Zweiten Weltkrieg
Eine Untersuchung auf der Basis der OMGUS- und HICOG-Berichte

Von Heinz H. Fischer

1. Einleitende Vorbemerkungen

Die Vorurteilsforschung als Teilgebiet der Einstellungsforschung beschäftigt sich u.a. mit der Entstehung und Entwicklung nationaler Stereotype.¹

In der Bundesrepublik ist insbesondere das stereotype Vorstellungsbild von den USA Gegenstand öffentlicher und wissenschaftlicher Diskussionen. Schlagworte wie "Pro- bzw. Antiamerikanismus" sind mittlerweile Bestandteil unserer Alltagssprache geworden.

Wie wichtig ein positives Bild oder Image der eigenen Nation im Ausland ist, weiß man aber nicht erst seit heute. Die Bedeutung eines positiven Amerikabildes zur Durchsetzung politischer Ziele in Deutschland war der amerikanischen Regierung schon bald nach Beendigung des Zweiten Weltkrieges bewußt. Zunächst wirkten in deren Besatzungspolitik jedoch noch die Gedanken ihres Finanzministers Henry MORGENTHAU hinein, wie aus einer Direktive an den amerikanischen Oberbefehlshaber vom April 1945 deutlich wird, in der es unter anderem heißt: "Deutschland wird nicht besetzt zum Zwecke seiner Befreiung, sondern als besiegtter Feind."² Es ist nicht zuletzt diese Situation unmittelbar nach dem totalen Zusammenbruch und der teilweisen Besetzung durch eine, für den Großteil der Bevölkerung nur wenig bekannte Siegermacht, die die Frage nach dem Amerikabild der Deutschen in jener Zeit virulent werden ließ.

Wir haben es den OMGUS- und HICOG-Reports zu verdanken, die aufgrund von Umfragen unter der Verantwortung amerikanischer Behörden im Nachkriegsdeutschland erstellt wurden, wenn im folgenden, gestützt auf empirisches Material, über die Ansichten der deutschen Bevölkerung zu den Amerikanern in den Jahren nach 1945 referiert werden kann.

Neben dem inhaltlichen Erkenntniswert einer solchen Betrachtung, wird es auch aus rein methodischer Perspektive von Interesse sein, zu verfolgen, wie unter Leitung amerikanischer Forscher vor ca. 40 Jahren derartige Untersuchungen durchgeführt wurden.

Im Rahmen einer mehrteiligen Artikelfolge soll zunächst über die generelle Haltung der Deutschen zu den Amerikanern sowie über Komponenten des Amerikabildes in der Nachkriegsperiode berichtet werden. In späteren Ausgaben wird

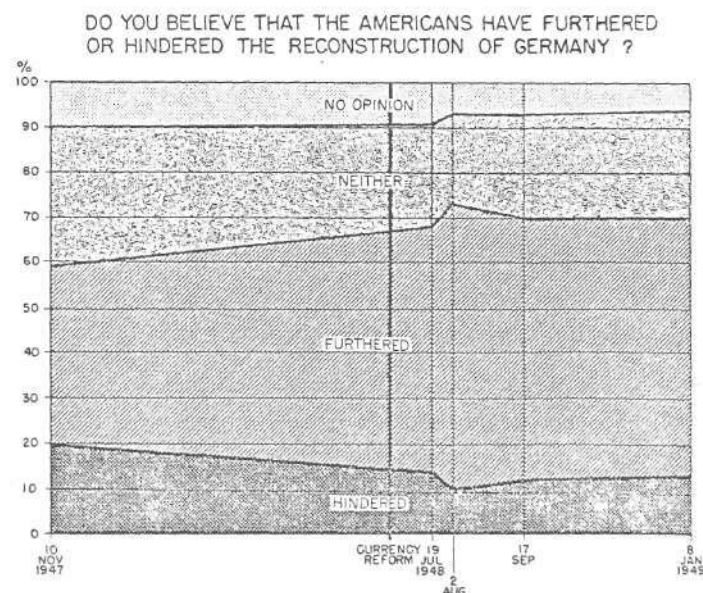
auf die Entwicklung dieses Vorstellungsbildes im Zeitablauf und die Problematik bei der Erforschung nationaler Stereotype näher eingegangen. Das Augenmerk wird dann auch auf methodisch bedingte Ergebnisverzerrungen, insbesondere auf einen möglichen "Sponsor-Ship-Bias" zu richten sein.³

2. Die Amerikaner aus Sicht der Deutschen 1945-1950

2.1. Generelle Einstellung zu den Vereinigten Staaten im Nachkriegsdeutschland

Die bereits kurz dargestellte Situation unmittelbar nach der Kapitulation, gibt zu der Vermutung Anlaß, daß in der deutschen Bevölkerung eine stark ablehnende Haltung gegenüber den amerikanischen Besatzern dominiert hat. Dies mag für die ersten Nachkriegsmonate durchaus zutreffen, aber bereits im November 1945 empfanden 60% der Befragten die Besetzung nicht (mehr) als eine nationale Demütigung (OMGUS, Nr. 22, S. 2) und der Anteil der Antwortpersonen aus der amerikanischen Besatzungszone (AMZON)⁴, die der Meinung waren, daß die Amerikaner den Wiederaufbau eher gefördert als behindert hätten, stieg bis Jahresmitte 1948 auf über 60% an, wie die Originalabbildung aus dem OMGUS-Report Nr. 175 zeigt (Abb. 1). Im weiteren Verlauf der Be-

Abb. 1: Marshall-Plan aus Sicht der Deutschen (OMGUS, Nr. 175, S.58)





satzungszeit verbesserten sich die Beziehungen zwischen Amerikanern und Deutschen in zunehmendem Maße, so sprachen 1947 32% der Befragten von einer gestiegenen Popularität der Besatzungstruppen innerhalb der deutschen Bevölkerung während des vergangenen Jahres (OMGUS, Nr. 94, S. 8). Wie zu erwarten, waren es insbesondere diejenigen, die persönlichen Kontakt zu Amerikanern hatten, die auf eine gestiegene Beliebtheit hinwiesen. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, daß bei der Frage nach der Duldung von partnerschaftlichen Beziehungen zwischen amerikanischen Soldaten und einem Mädchen aus dem eigenen Bekanntenkreis bzw. der eigenen Familie 74% aller Befragten antworteten, daß sie nichts dagegen einzuwenden hätten (OMGUS, Nr. 94, S. 8). Diese Fragestellung, die an ein Item aus der Bogardus-Skala zur Messung sozialer Distanz erinnert⁵, geht aber, ebenso wie die zuvor dargestellten Ergebnisse, kaum über eine sehr generelle Bewertung der Amerikaner hinaus. Gleiches gilt auch bez. der Frage, ob man von den Amerikanern "einige Dinge lernen könnte" (HICOG, Nr. 10, S.3). Im Januar 1950 gaben daraufhin 57% der Befragten eine zustimmende Antwort; 19% meinten wenig von den Amerikanern übernehmen zu können und 24% waren diesbezüglich unentschieden. Um herauszufinden, welche Bevölkerungsgruppe die wahrscheinlich höchste Aufnahmebereitschaft für amerikanische Ideen zeigte, wurde eine Kreuztabellierung mit sozio-ökonomischen und demographischen Variablen durchgeführt (eine übrigens häufig verwendete und in den Reports dargestellte Analysemethode). Es zeigte sich, daß insbesondere die besser Ausgebildeten der Ansicht waren viel von den Amerikanern lernen zu können (Tab. 11

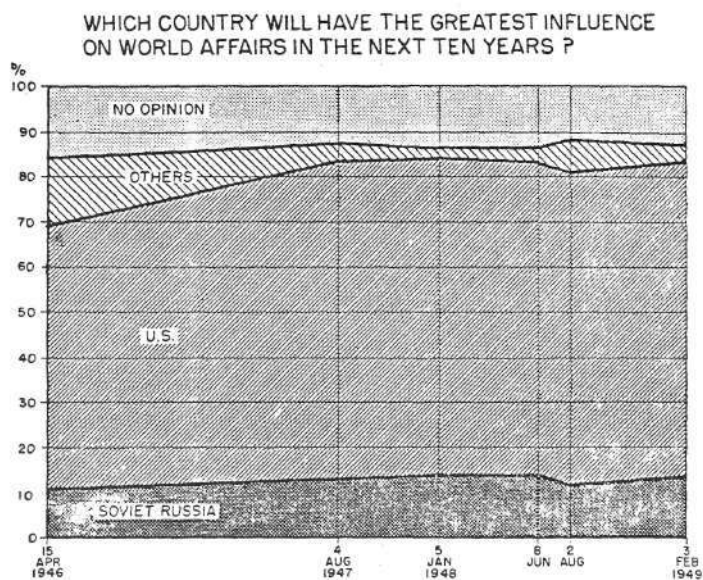
Tab. 1: Auszug aus einer Kreuztabellierung (HICOG, Nr. 10, S.4)

Germans can learn from the Americans...			
US ZONE GROUPS			
	Much	Little	Undecided
<u>Education:</u>			
8 years or less	53%	20%	27% ... 100%
9-11	76	14	30
12 years or more	92	8	-
<u>Income (per month):</u>			
Under 100 DM	47%	19%	34%
100 - 200	53	19	28
200 - 300	59	22	19
300 or more	65	22	13



Insgesamt läßt sich aufgrund der Datenlage überwiegend eine positive Meinung der Deutschen von den Amerikanern konstatieren, wenngleich der Anteil derjenigen, die eine mehr ablehnende Position einnehmen, nicht übersehen werden darf. Wie Abbildung 1 zeigt, waren es im November 1947 etwa 20% und im Januar 1949 immerhin noch ca. 13%, die die Meinung vertraten, die Amerikaner hätten den Wiederaufbau eher behindert als gefördert. Ob hingegen bei den 58% der AMZON-Deutschen, die bereits im April 1946 in den Amerikanern die zukünftig dominierende Weltmacht sahen (im August 1947 waren ca. 70% dieser Meinung, s. Abb. 2), Mißtrauen oder Wunschdenken mitgespielt hat, kann bei isolierter Ergebnisbetrachtung nicht entschieden werden. Letzteres erscheint

Abb. 2: Einflußreichstes Land (OMGUS, Nr. 175, S. 47)



unter Berücksichtigung der zuvor geschilderten Befunde jedoch wahrscheinlicher. Ungeklärt bleibt aber weiterhin, welche Gründe die Deutschen veranlaßt haben, an eine zunehmende weltpolitische Bedeutung der USA zu glauben und welche Vorstellungen sich bei ihnen mit diesem Land verbanden. Der folgende Abschnitt soll darüber etwas nähere Auskunft geben.



2.2. Komponenten des Amerikabildes der deutschen Bevölkerung zu Beginn des Jahres 1950

Um detaillierte Informationen über das Amerikabild der deutschen Bevölkerung zu erhalten, wurde im Rahmen der HICOG-Umfragen im Januar 1950 erstmalig die Frage gestellt, in welchen Bereichen die Deutschen etwas von den Amerikanern lernen könnten (HICOG, Nr. 10, S. 5ff.). Diese Frage wurde sowohl in offener Form als auch unter Vorgabe von Antwortkategorien und Bereichen zur Bewertung formuliert. Bei der geschlossenen Fragestellung wurden folgende neun Gebiete abgefragt: Industrie/Technologie; Landwirtschaft; Politik; Wissenschaft; Radio; Presse; Bildung; soziale Wohlfahrt; Kunst. In Tabelle 2 sind die Ergebnisse für die Befragten aus der US-Zone im Überblick dargestellt. Bemerkenswert ist besonders die hohe Meinung der AMZON-Deutschen von den Leistungen der Amerikaner in den Bereichen Industrie/Technologie, Landwirtschaft, Politik und Wissenschaft. Es hat den Anschein, daß bereits vor 35 Jahren viele Deutsche die USA als ein Land mit großem technisch-wissenschaftlichem Fortschritt gesehen haben, und daß dies auch viele veranlaßt hat, an eine wachsende weltpolitische Bedeutung der Vereinigten Staaten zu glauben.

Auf den Gebieten der sozialen Wohlfahrt und der Kunst meinte der größte Teil der Befragten jedoch "nichts" von den Amerikanern lernen zu können. Insbesondere die Tatsache, daß 50% der Auskunftgebenden die kulturellen Leistungen in den Vereinigten Staaten als wenig bedeutsam einstufte, nahmen die amerikanischen Behörden damals mit Sorge zur Kenntnis, denn vielfach wurde die Meinung vertreten, daß eine politische Beeinflussung der deutschen Bevölkerung im Sinne amerikanischer Ziele nur dann Aussichten auf Erfolg hätte, wenn die Deutschen auch die Leistungen der USA auf dem kulturellen Sektor als vorbildlich akzeptierten. In Kenntnis der Ergebnisse und Überlegungen wird die intensiv betriebene Errichtung von Amerikahäusern während der 50er Jahre in der Bundesrepublik besser verständlich.

Auf die umgekehrte Frage, was denn die Amerikaner von den Deutschen lernen könnten, erhielten die Forscher die zu den oben referierten Ergebnissen komplementären Antworten: Kunst und soziale Wohlfahrt galten mit Anstand als die Bereiche, in denen man glaubte den Amerikanern überlegen zu sein. Wie angesichts der politischen Vergangenheit zu erwarten, bezeichneten hingegen nur (oder immerhin) 10% der Befragten die deutsche "Politik" als ein Gebiet mit Vorbildfunktion für die Amerikaner. Die Antworten aufgrund der of-



Tabelle 2: Bereiche mit Vorbildcharakter in der US Zone

	"In your opinion, can the Germans learn much, something or nothing from the Americans in the following fields?"	"In your opinion, can the Americans learn much, something or nothing from the Germans in the following fields?"
Die ursprünglich getrennt aufgeführten Kategorien "much" und "something" wurden hier aus Platzgründen zusammengezogen.		
<u>Industry and Technology:</u>		
much/something	58	40
nothing	20	36
no opinion	22	24
	100 %	100 %
<u>Agriculture:</u>		
much/something	57	21
nothing	19	52
no opinion	24	27
	100 %	100 %
<u>Politics:</u>		
much/something	52	10
nothing	15	49
no opinion	33	41
	100 %	100 %
<u>Science:</u>		
much/something	46	52
nothing	28	19
no opinion	26	29
	100 %	100 %
<u>Radio:</u>		
much/something	45	15
nothing	19	44
no opinion	36	41
	100 %	100 %
<u>Press:</u>		
much/something	43	11
nothing	17	45
no opinion	40	44
	100 %	100 %
<u>Education:</u>		
much/something	41	40
nothing	31	25
no opinion	28	36
	100 %	100 %
<u>Social Welfare:</u>		
much/something	18	48
nothing	49	14
no opinion	33	33
	100 %	100 %
<u>Fine Arts (Mus., Art, Lit.):</u>		
much/something	18	62
nothing	50	9
no opinion	32	29
	100 %	100 %



fenen Fragestellung tendieren in die gleiche Richtung und weisen ihrer Art nach eine gewisse Ähnlichkeit mit den Eigenschaftswörtern in dem von KATZ und BRALY entwickelten Eigenschaftslistenverfahren, zur Charakterisierung ethnisch-nationaler Gruppen auf: 6 Optimistische und positive Lebenseinstellung; Großzügigkeit; Toleranz; freies Denken und Handeln; Hilfsbereitschaft; Demokratie; Technik; Wissenschaft sowie Erfolg im Geschäftsleben wurden u.a. häufig genannt, wenn es darum ging, vorbildliche amerikanische Lebensweisen und -bereiche anzugeben. Auf der anderen Seite meinte man, die Amerikaner könnten von den Deutschen noch einiges bezüglich Disziplin, Ordnung, Fleiß, Zuverlässigkeit, Höflichkeit, Bescheidenheit und auf dem Gebiet der Kunst übernehmen. Tabelle 3 ist die Abschrift eines Originaltextes aus dem HICOG-Bericht Nr. 10. Sie dient hier jedoch nicht nur zur Unterstützung

Tab. 3: What can Germans learn from the Americans?

"In your opinion, what might we learn from the Americans?"

(Asked of those answering "Germans might learn some things" in preceding question).

	US ZONE	Berlin	Bremen
<u>How to improve human and social relations; desirable character traits:</u> They are not so warlike; their positive and optimistic attitude towards life; there is less mutual envy and hatred than among the Germans; generosity; always willing to help; trust, whereas Germans always stand against one another; no inhibitions in talking to superior; tolerance; free thinking; etc.	21%	36%	30%
<u>Political affairs:</u> A real democracy; we should learn to be interested in politics as they are; higher respect for individual liberty; better Cooperation and accord in politics; the model democracy; etc.	13	16	10
<u>Technical and scientific fields; industry and business; in agriculture:</u> Success in business; economic Organization; we should think and act more freely in our economy like the "Amis" do; in textile industry Americans have more practical clothing; modern architecture; technical science; medicine; etc.	11	23	18
<u>Practical things; manner of living; Organization:</u> American work methods are worth imitating; good administration; less bureaucracy than in Germany; better Standard of living; modern kitchens; etc.	7	14	9

des bisher Gesagten, sondern ist zugleich Beleg für die Detailliertheit der Reports und die wissenschaftlich korrekte Vorgehensweise der amerikanischen Forscher bei der Kategorienbildung, die die Ergebnisfindung transparent und nachvollziehbar gestaltet.

Auch wenn bei den hier vorgestellten Ergebnissen in Rechnung gestellt werden muß, daß der Anteil der Personen ohne Meinung zwischen 22% und 40% schwankt, so ist es dennoch bemerkenswert, wie detailliert das Vorstellungs-

bild der Deutschen von den Amerikanern in dieser Zeit bereits war. Dies gilt insbesondere dann, wenn man mit einbezieht, daß im Dezember 1949 erst 32% der AMZON-Bewohner angaben, mit einem Amerikaner seit Kriegsende in direkten Kontakt gekommen zu sein (HICOG, Nr. 6, S.2).

Diese rasche Konstituierung eines Amerikabildes kann z.T. mit einem Hinweis auf die Funktion stereotyper Vorstellungsbilder für die Persönlichkeitsstruktur erklärt werden. So betont MANZ in Abgrenzung zur vorherrschend negativen Kritik am Prozeß des Stereotypisierens (Realitätsverzerrung; Stereotypes are Substitutes for thought) die positiven Seiten der Stereotype, indem er, beziehend auf Walter LIPPMANN, auf die psychische Entlastungsfunktion dieser schematisierten Beurteilungshilfen bzw. "...ökonomischen Kurzform des Sich-orientierens..." hinweist (MANZ, 1968, S.5). Für LIPPMANN selbst sind Stereotype u.a. "...eine Methode, der großen...Unordnung der Wirklichkeit eine Ordnung unterzuschieben"; für ihn ist ein Stereotypenmodell "...die Garantie unserer Selbstachtung."⁷ (LIPPMANN, zitiert in MANZ, 1968, S.7). Mit Blick auf diese Aussagen, erscheint es durchaus verständlich, wenn nach dem totalen Zusammenbruch 1945, in einer Situation großer Unsicherheit und z.T. chaotischer Zustände, eine rasche Ausbildung von Orientierungsleitlinien, geordneten Vorstellungen zur psychischen Entlastung und Aufrechterhaltung der Handlungsfähigkeit notwendig war. Insbesondere mußte man sich ein Bild von den neuen Machthabern formen, mit denen man sich zukünftig auseinanderzusetzen hatte. Bei diesem Prozeß dürften die Wirtschaftshilfeprogramme der Amerikaner aber auch Alltagsbeobachtungen einen wesentlichen Einfluß ausgeübt haben.

So gaben im August 1948, weniger als 30% der AMZON-Bewohner an, noch nie etwas vom Marshall-Plan gehört zu haben und von denjenigen die Kenntnis davon hatten, befürworteten über 50% dieses amerikanische Hilfsprogramm (OMGUS, Nr. 175, S.45). Negativ war vielen Befragten allerdings der Umgang der amerikanischen Besatzungstruppen mit Lebensmitteln im Gedächtnis: Im November 1947 behaupteten 36%, sie hätten davon gehört, daß amerikanische Soldaten Nahrungsmittel verschwenden oder vernichten. Bemerkenswert ist, daß sich der Wert auf 46% erhöht, wenn man solche Personen berücksichtigt, die direkten Kontakt zu Amerikanern hatten (OMGUS, Nr. 94, S.9).

Daß es gerade der Bereich der Kunst war, in dem die meisten AMZON-Deutschen eine Vorrangstellung ihrer eigenen Nation im Vergleich zur amerikanischen wahrnahmen, mag vielleicht auch Ausdruck eines verbliebenen Restes von Selbstbehauptungswillen, gegenüber den auf vielen Gebieten als überlegen



anerkannten Amerikanern gewesen sein.⁸

3. Schluß

Zusammenfassend soll am Ende nochmals festgehalten werden, daß sich schon bald nach dem Krieg ein überwiegend positives und differenziertes Amerika-bild bei der Mehrheit der deutschen Bevölkerung konstituiert hat. Die Entstehung dieses Vorstellungsbildes kann nur unter Einbeziehung der spezifischen Bedingungen und Ereignisse in dieser Zeitperiode erklärt werden. Insbesondere die Umorientierung der amerikanischen Deutschlandpolitik hin zur "...Unterstützung des deutschen Volkes beim Aufbau eines Staates, der sich selbst erhalten kann und friedliche Ziele hat..." mit den daraus resultierenden Maßnahmen (z.B. Marshall-Plan) hat, wie die Daten belegen können, das Amerikabild der deutschen Bevölkerung in den Nachkriegsjahren stark geprägt.

Anmerkungen

- 1 Vgl. BENNINGHAUS, H.: Ergebnisse und Perspektiven der Einstellungs-Verhaltens-Forschung, Meisenheim am Glan, 1976; sowie ausführlich zum Begriff des Stereotyps: MANZ, W.: Das Stereotyp, Meisenheim am Glan, 1968
- 2 Zitiert aus: REXIN, M.: Die Jahre 1945 - 1949, in: Deutschland 1946 - 1963, LILGE, H. (Hrsg.), 11. Aufl., Hannover, 1967, S.6.
- 3 Vgl. CRESPI, Leo P.: The Influence of Military Government Sponsorship in German Opinion Polling, in: International Journal of Opinions and Attitude Research, 4, 1950, S. 151-178.
- 4 AMZON (Amerikanische Besatzungszone): Bayern (ohne die Pfalz), Groß-Hessen, Württemberg-Baden, Bremen.
- 5 Vgl. BOGARDUS, E.S.: Measuring Social Distance, in: Journal of Applied Sociology, 1925, 9, S. 279-308.
- 6 Vgl. die detaillierte Beschreibung des Eigenschaftslistenverfahrens von KATZ, D. und BRALY, K.W. bei MANZ, W.: a.a.O. S. 22ff.
- 7 LIPPMANN, W.: Die öffentliche Meinung, München 1964, S. 71ff., zitiert in: MANZ, W.: a.a.O., S. 7.
- 8 Dieses Festhalten an der eigenen Kultur beobachtet man im übrigen auch bei Einwanderern oder Gastarbeitern, deren Situation unter dem Aspekt des Kulturkontaktes durchaus mit derjenigen der Deutschen in den ersten Nachkriegsjahren vergleichbar ist.
- 9 Auszug aus einer Mitte 1947 bekanntgewordenen Direktive an General Clay, zitiert nach REXIN, M.: a.a.O., S. 38.



OMGUS- und HICOG-Berichte aus den Beständen des Zentralarchivs, die diesem Beitrag zugrunde liegen:

- OMGUS Nr. 22: A Study of Attitudes toward the Reconstruction and Rehabilitation of Germany. (25.9.1946).
- OMGUS Nr. 94: Contacts between Germans and Americans. (24.2.1948).
- OMGUS Nr. 175: Trends in German Public Opinion. (Juni 1949).
- HICOG Nr. 6: The German Public Views the Conduct of the U.S. Occupation Forces. (6.3.1950).
- HICOG Nr. 10: Germans View the U.S. Reorientation Program. (30.3.1950).